



**CIBO BUONO SALA BELLA**  
«La location è importante. Fatto cento il totale, noi investiamo 70 nel design»

## La mensa diventa un ristorante

Chi l'ha detto che ristorazione aziendale debba essere sinonimo di asettiche e fredde mense? La storia di Pedevilla, una delle eccellenze nazionali del settore, è cominciata a Roma, sulla via Tiburtina, esattamente quarant'anni fa. Oggi **Nicola Pedevilla**, manager 43enne, porta avanti l'azienda di famiglia: 33,5 milioni di euro il fatturato dell'anno scorso, relativo utile di quasi 2,5 milioni e un andamento di crescita nell'ultimo decennio pari al 10 per cento annuo.

«E il trend 2013 mira a 36 milioni di fatturato», dice con orgoglio Pedevilla. «Il sistema della ristorazione va studiato fin dalle fondamenta. Per noi sono importanti anche la logistica e la progettazione delle location, oltre che i materiali utilizzati per sfruttare al massimo gli spazi, sempre più risicati. Quello che il cliente apprezza è anche l'esterno. Da qui l'importanza del design. Fatto cento il totale, noi investiamo 70 nella parte esterna». Che location e logistica siano importanti lo dimostra l'ultimo nato in casa Pedevilla: il bellissimo e avveniristico ristorante aziendale (parlare di mensa sarebbe riduttivo - dice Pedevilla - la nostra mission è la conversione, tenendo conto delle esigenze del cliente, da mensa a ristorante aziendale) di via Castello Magliana a Roma, usato dai dipendenti del colosso

petrolifero ma aperto anche al pubblico. Inaugurato lo scorso 26 agosto, si attesta su circa 400 pasti al giorno ma con una potenzialità superiore.

«Una cattiva logistica», prosegue Pedevilla, «viene percepita dal cliente come cattiva qualità». Un aspetto, quest'ultimo, di cui si tiene fortemente conto, sia ricorrendo a forniture di prodotti freschi e di fascia alta (Illy per il caffè o De Cecco per la pasta), sia valorizzando i prodotti locali: «Ristorazione aziendale intesa come cultura e non mera distribuzione di pasti». Per riuscirci serve un migliaio di collaboratori (divisi fra Roma, Milano, Firenze e Trieste), rigorosamente selezionato e con chef in qualche caso stipendiati in misura decisamente superiore rispetto ai contratti nazionali, ma con un imprimatur fortemente manageriale e «misurati» in base alle performance. Personale che in molti casi proviene da esperienze in grandi alberghi in Italia e all'estero. E clienti, oltre cento, del calibro di Sky, Mediaset, Fao, World Food Program, Gruppo Autostrade o l'Agenzia Spaziale Europea per la quale, a Frascati, è stato realizzato il primo ristorante ad impatto zero in termini di CO<sub>2</sub>. Con un occhio di riguardo ai più piccoli perché «i bambini sono clienti a tutti gli effetti, e dobbiamo rispettarne i gusti e le esigenze alimenta-

ri». Da qui la collaborazione a Roma con scuole internazionali.

Un progetto in forte espansione, quello di Nicola Pedevilla, che guarda verso l'estero e il banqueting (cioè l'organizzazione di banchetti), «un servizio finora offerto solo per i nostri clienti ma che intendiamo sviluppare grazie alla crescente richiesta dall'esterno, al punto da creare un'apposita divisione». O iniziative come corsi di cucina pomeridiani «anche per utilizzare lo stesso spazio, in maniera diversa, in varie fasce orarie della giornata».

E i clienti sono disposti a investire qualche euro in più pur di avere qualità: «Ne vale la pena», conclude Pedevilla, «perché nella ristorazione aziendale spendendo poco di più si ottiene, in proporzione, veramente molto» (V.B.). ➤

Il layout di un ambiente curato dall'azienda romana

